CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS –UNIMINUTO

**CASO PRÁCTICO DE ANÁLISIS DE COSTOS**

DOCENTE: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_CARLOS FABREGA\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ASIGNATURA: FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA Y MICROECONOMÍA

ESTUDIANTE: \_\_\_GINA CEPEDA\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ IDENTIFICACIÓN: \_\_\_\_\_000672773\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

PERIODO ACADÉMICO: \_II\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ FECHA: 1/10/18\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. La empresa Frutos del Algodón S. A. confecciona camisetas con los siguientes costes

Alquiler del local: $250

Alquiler del equipo: $50

Salario por hora: $20

Materia prima por unidad producida: $86

La relación laboral con los empleados es eventual, de tal manera que reciben un sueldo por hora trabajada de $2, mientras que, si no trabajan, no reciben paga.

La relación entre horas de trabajo y camisetas confeccionadas responde a la siguiente tabla:

|  |  |
| --- | --- |
| Horas de trabajo | Camisetas |
| 0 | 0 |
| 20 | 150 |
| 40 | 380 |
| 60 | 650 |
| 80 | 790 |
| 100 | 850 |
| 120 | 940 |

* 1. Teniendo en cuenta que cada camiseta se vende a $200, complete la tabla anterior calculando costes variables (CV), costes fijos (CF), costes totales (CT), ingresos totales (IT), beneficios totales (BT), coste unitario (CMe), ingresos medios (IMe), beneficios medios (BMe), coste marginal (CMa), ingreso marginal (IMa) y beneficio marginal (BMa).
  2. Señale, además, el nivel de producción de máximo beneficio. ­

|  |  |
| --- | --- |
| **PRECIO DE VENTA** | 200 |
| **ALQUILER DE LOCAL** | 250 |
| **ALQUILER DE EQUIPO** | 50 |
| **SALARIO/ HORA** | 20 |
| **MATERIA PRIMA** | 86 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **HORAS DE TRABAJO** | 0 | 120 | 40 | 60 | 80 | 100 | 120 |
| **CAMISETAS** | 0 | 150 | 380 | 650 | 790 | 850 | 940 |
| **CV** |  | $13300 | 33480 | 57100 | 69540 | 75100 | 8240 |
| **CF** | $300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| **CT** | $300 | 13600 | 33780 | 57400 | 69840 | 75400 | 83540 |
| **IT** |  | 30000 | 76000 | 130000 | 158000 | 170000 | 188000 |
| **BT** | $300 | 16400 | 42200 | 72600 | 88160 | 94600 | 104460 |
| **CME** |  | 90.67 | 88.89 | 88.31 | 88.41 | 88.71 | 88.7 |
| **IME** |  | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| **BME** |  | 109.33 | 111.11 | 111.69 | 111.59 | 111.29 | 11.13 |
| **CMA** |  | 88.7 | 87.7 | 87.5 | 88.9 | 92.7 | 90.4 |
| **IMA** |  | 200,00 | 200,00 | 200,0 | 200,0 | 200,0 | 200,0 |
| **BMA** |  | 111.3 | 112.3 | 112.5 | 111.1 | 107.3 | 109.6 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **B) El nivel de produccción más alto se da en la casilla señalada, por tener el costo marginal más bajo y el beneficio marginal más alto.** | | | | | | | |

**ANALISIS CRITICO**

1. **¿Qué impactos tienen las compañías en las de variables producción?**

El impacto es que estas empresas son las gerentes de las variables de producción, es decir, ella gestionan la combinación de los factores.

En líneas generales para planificar la producción se deben tomar en cuenta los siguientes factores para organizar su proceso productivo:

**Capital**

Los recursos financieros con que cuenta la empresa.

Mano de Obra

Los recursos humanos con que cuenta la empresa.

Materia Prima

Los recursos  necesarios para la elaboración , con que cuenta la empresa para realizar el proceso productivo.

Dependiendo del poder de mercado que tenga una empresa, afectará la estructura del mercado.

Por ejemplo si tiene un alto poder de mercado, tenderá hacia un mercado monopólico.

Las economías de escala, es la disminución de los costos a medida que la producción y dimensión de la empresa crece.

1. **Cómo los tipos de tipos de empresas afectan el mercado?**

Considero, que los tipos diferentes tipos empresa influyen en el mercado de manera positiva, ya que se intercambian bienes y servicios. La mayoría de los mercados depende de los vendedores que ofrecen sus productos , pues la economía gira en torno al intercambio entre individuos que compran bienes y servicios a las empresas.

1. **Cómo las empresas evolucionan a partir de la economía de escala?**

La economía de escala es un concepto del marketing aplicado generalmente a pequeñas y mediana empresas. Se trata de todos aquellos **factores** que hacen que el **costo medio** de una unidad **caiga** según diversos cambios internos.

Por ejemplo, dicha reducción en un producto o servicio puede ser consecuencia directa de una ampliación de la empresa —nuevas sedes, mayor personal— o de la inyección de recursos que puede suponer la fusión con otra marca. Es decir, siempre que exista un incremento en los ciclos productivos habituales de la compañía.

La economía de escala se sustenta, por tanto, en la relación entre **nivel de producción y beneficios:** la ecuación clásica señala que si existe una mayor producción, los costes son menores una vez se aplican al producto.

A su vez, también puede hablarse del término inverso: **las deseconomías de escala**, que son aquellas decisiones orientadas a aumentar la producción pero que, a diferencia de las primeras, no se traducen en una reducción de los precios. Los ejemplos más típicos son la sobrecapacidad, las horas extras y el marketing adicional, es por ello que estos procesos no se aplican en todos los contextos.